



На сегодняшний день существует огромное количество газет, журналов и других печатных изданий. Однако, по данным исследовательской компании eMarketer, в 2010 году интернет СМИ превзошли их печатных собратьев. Интересно, что 2011 год обещает быть еще более лояльным к интернет изданиям. К таким выводам пришло свежее интернет-издание « [Неделя Новостей](#) ».

Сервис «Яндекс.Новости» отметил, что в сутки среднестатистическое интернет издание публикует около 18 новостей, более продвинутые пишут около 160 новостей. Всего в будний день в сети появляется около 27 тысяч публикаций. При этом, большую часть новостей публикуют всего лишь 20% изданий.

Интересен тот факт, что существуют некоторые компании, которые заранее обговаривают стоимость публикации собственного новостного текста в популярных СМИ. Таким образом, крупные компании, имеющие большие бюджеты на рекламу, способны продвинуть собственный товар или услугу через новости.

Популярность и читаемость некоторых ежедневных интернет-изданий настолько велика, что может сравниться с радио или даже телевидением. Этим пользуются многие на начальной стадии развития бизнеса. Заказчики пишут интересный текст новости с ненавязчивой рекламой собственного продукта или услуги. С одной стороны читатель получает интересную информацию, а с другой у него откладывается информация о рекламируемом товаре.

Подобная скрытная реклама уже давно практикуется и приносит отличные результаты. Единственным минусом является то, что некачественный рекламный текст не примут многие уважающие себя СМИ. Стоимость публикации подобной новости в популярных СМИ может достигать 40-50 тысяч рублей.

Интересен еще тот факт, что после размещения подобной новости на сайте популярного интернет-издания, ваша новость будет транслироваться на множественных сайтах, цитирующих вашу информацию. Кроме того, наиболее популярные издания имеют собственные [новостные информеры](#), которые будут крутить ваш текст на тысячах сайтов-партнеров.

Сегодня появляется всё больше и больше интернет-изданий, но лишь небольшая часть из них достойна внимания. Молодые, активно-развивающиеся издания через несколько месяцев плодотворной работы уже могут конкурировать со многими старыми СМИ. Ведь более свежие мысли всегда приносят наиболее интересные и хорошие результаты. Молодые коллективы мыслят несколько по-новому и преподносят информацию более легко, в то время как проверенные временем компании пишут более профессиональным языком.